

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi**

Dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Mulyana,2004:41) komunikasi adalah suatu kebutuhan pokok bagi setiap umat manusia. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial dapat mengisyaratkan bahwa komunikasi itu sangat penting untuk membangun konsep dalam diri, untuk mengaktualisasikan diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari ketegangan dan tekanan antara lain dan melalui komunikasi yang menghibur, dan untuk memupuk hubungan luas dengan orang lain.

Manusia sebagai makhluk sosial, senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainya. Manusia juga ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Hal ini merupakan suatu hakekat sesama dalam kelompok dan masyarakat. Manusia dalam kehidupannya harus berkomunikasi. Komunikasi adalah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia sehari-hari. Artinya, manusia memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Dalam suatu kelompok atau suatu komunitas, komunikasi bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama untuk mengubah persepsi, bahkan perilaku.

Menurut Mulyana (2004:72). Kategorisasi berdasarkan tingkat paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta yang paling sedikit hingga komunikasi yang

melibatkan jumlah peserta yang paling banyak. Terdapat lima tingkatan yang disepakati oleh para ahli, yaitu :

#### 2.1.1 Komunikasi Antarpribadi ( Interpersonal Communication )

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antar dua orang atau lebih secara tatap muka, memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Bentuk khususnya dari komunikasi interpersonal adalah komunikasi diadik (dyadic communication) komunikasi yang hanya melibatkan dua orang, cirinya adalah pihak – pihak yang berkomunikasi berada pada jarak yang dekat, pihak – pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Misalnya, komunikasi antara suami istri, dua orang bersahabat, guru – murid, dan yang lainnya.

#### 2.1.2 Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal communication)

Komunikasi intrapersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu. Contohnya, berpikir. Sebelum berkomunikasi dengan orang lain, secara tidak sadar terjadi komunikasi intrapersonal dalam diri individu. Tujuannya untuk mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain. Komunikasi intrapersonal juga berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi dengan orang lain.

#### 2.1.3 Komunikasi Publik (Public communication)

Komunikasi public merupakan komunikasi yang terjadi antara seorang pembicara dengan orang atau khalayak yang berjumlah besar. Tujuannya memberikan penerangan tentang suatu hal, hiburan, member penghormatan, dan membujuk. Cirinya adalah terjadi di tempat umum (publik), merupakan peristiwa sosial yang direncanakan dengan alih – alih peristiwa relatif informal yang tidak terstruktur, terdapat agenda di dalamnya, beberapa

orang ditunjuk untuk melakukan tugas khusus, seperti memperkenalkan pembicara, ada cara lain setelah acara utama. Misalnya, rapat akbar, pidatom ceramah, stand up comedy, dan sebagainya.

#### 2.1.4 Komunikasi Organisasi

Komunikasi ini jaringannya lebih luas daripada komunikasi kelompok.

Komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi bersifat formal dan informal.

Bersifat formal maksudnya adanya komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, atau komunikasi horizontal. Proses komunikasi sesuai dengan struktur organisasi. Sedangkan bersifat informal maksudnya komunikasi yang terjadi dalam organisasi namun tidak harus sesuai dengan struktur organisasinya.

Misalnya, perbincangan tentang hal – hal lain di luar organisasi oleh semua anggotanya.

#### 2.1.5 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media massa disini berupa media cetak (buku, surat kabar, majalah) maupun media elektronik (radio, film, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga, dimana pesan yang disampaikan oleh media ditujukan kepada sejumlah besar orang. Pesan dari media massa bersifat umum, disampaikan secara cepat serentak, dan selintas.

## 2.2 Motivasi

### 2.2.1 Pengertian Motivasi

Motivasi dalam Bahasa Indonesia berasal dari kata motif yang berarti daya upaya yang mendorong seseorang melakukan sesuatu. Motif adalah rangsangan, dorongan atau keinginan bagi terjadinya suatu tingkah laku. Karena dilatar belakangi adanya motif, tingkah laku tersebut disebut tingkah laku bermotivasi (Gunarsa dalam Saputra, 2012:23). Tingkah laku bermotivasi itu dapat

dirumuskan sebagai tingkah laku yang di latar belakang oleh adanya kebutuhan dan diarahkan pada pencapaian suatu tujuan, agar suatu kebutuhan terpenuhi dan suatu kehendak terpuaskan.

Motif seringkali disamakan dengan dorongan dan memiliki kaitan dengan suatu proses yang membangun dan memelihara perilaku kearah suatu tujuan (Jones dalam Sutrisno, 2013). Hasibuan (dalam Sutrisno, 2013) mengemukakan bahwa motif adalah suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan bekerja seseorang karena setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Motivasi dalam hal ini merupakan respon dari aksi berupa tujuan dan berkaitan dengan kebutuhan. Menurut Munandar seperti yang dikutip oleh Setyawan (2013:10) motivasi adalah suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah pada tercapainya suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan keinginan seseorang/individu yang mendorong dilakukannya tindakan dan memberikan dorongan kekuatan yang mengarah kepada tercapainya suatu tujuan, kebutuhan dan memberi kepuasan pada diri seseorang tersebut.

### **2.2.2 Macam-Macam Motivasi**

Teori mengenai motivasi banyak dikemukakan oleh berbagai ahli, dan terbagi dalam dua bagian yakni teori motivasi isi dan motivasi proses (Munandar dalam Setyawan, 2013:10). Teori motivasi isi menekankan pada faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu dan faktor-faktor tersebut mendorong, mengarahkan, mempertahankan dan menghentikan tindakan dan perilaku dari

individu tersebut. Sedangkan teori motivasi proses memusatkan perhatian pada bagaimana proses motivasi itu berlangsung mulai dari timbulnya keinginan bawah sadar hingga terbentuknya tindakan dan timbal balik.

Menurut Muhibbin Syah seperti yang dikutip dalam Azis (2017:25) secara umum motivasi dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Motivasi Ekstrintik

Motivasi ekstrinsik adalah motif yang muncul karena adanya rangsangan atau dorongan dari luar. Motivasi ini sering dipengaruhi oleh intensif eksternal seperti adanya imbalan atau menghindari hukuman dan adanya perangsang dari luar diri individu. Motivasi ekstrinsik merupakan dorongan untuk yang diberikan oleh orang lain dan mempengaruhi individu seperti semangat, pujian dan nasehat guru, orang tua, dan orang lain yang dicintai. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik antara lain pujian, nasehat, semangat, hadiah, hukuman, dan untuk meniru sesuatu.

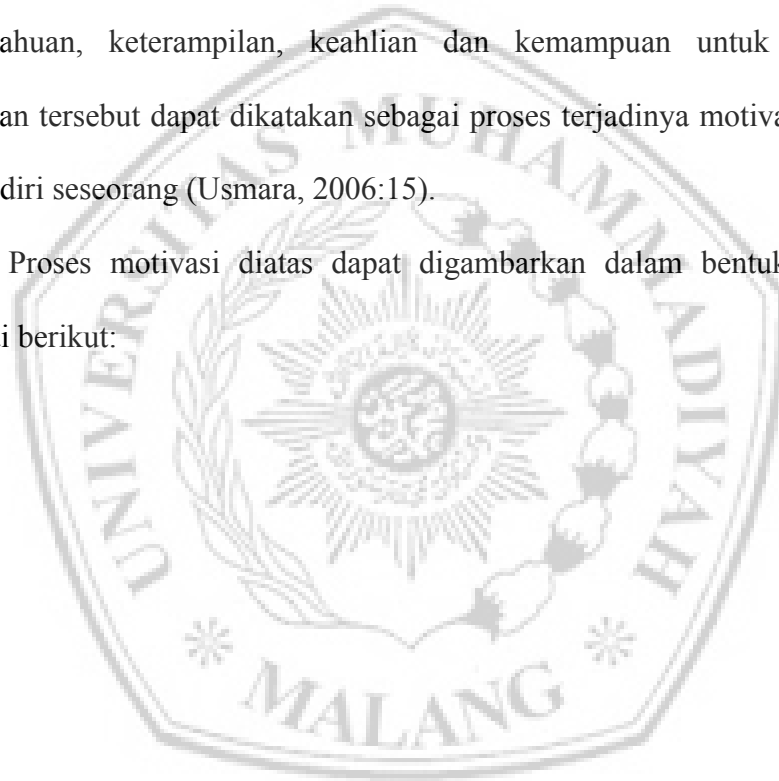
2. Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik adalah motif dalam diri individu yang mendorong tingkah laku individu kearah tujuan tertentu tanpa adanya faktor pendorong dari luar. Motivasi intrinsik merupakan motif internal untuk melakukan sesuatu demi hal itu sendiri (tujuan itu sendiri). Motivasi ini berasal dari diri seseorang itu sendiri tanpa dirangsang dari luar, seperti keinginan yang tumbuh dalam dirinya sendiri. Motivasi intrinsik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor dapat dari sesuatu yang ada sejak dilahirkan maupun yang diperoleh dari proses belajar. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik antara lain keinginan diri, kepuasan, kebiasaan baik dan kesadaran.

### 2.2.3 Proses Motivasi

Motivasi terbentuk dari kebutuhan manusia dan pada dasarnya seseorang terlebih dahulu harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan sehingga nantinya dapat mengatur rencana untuk mencapainya. Manusia berusaha untuk memuaskan kebutuhannya dan mereka memahami bahwa untuk memenuhi tujuan tersebut harus ada keinginan yang sangat kuat untuk mencapainya. Dalam pencapaian tujuan tersebut dibutuhkan suatu usaha dalam mengembangkan pengetahuan, keterampilan, keahlian dan kemampuan untuk mencapainya. Kegiatan tersebut dapat dikatakan sebagai proses terjadinya motivasi yang ada di dalam diri seseorang (Usmara, 2006:15).

Proses motivasi diatas dapat digambarkan dalam bentuk gambar alur sebagai berikut:



Gambar 2.1 Alur Proses Motivasi  
Sumber: Aldag & Stearns (dalam Usmara, 2006:15)

#### **2.2.4 Ciri-ciri Motivasi**

Beberapa ciri-ciri motivasi dalam perilaku, adalah:

1. Penggerakan menggejala dalam bentuk tanggapan-tanggapan yang bervariasi.  
Motivasi tidak hanya merangsang suatu perilaku tertentu saja, tetapi merangsang berbagai kecenderungan berperilaku yang memungkinkan tanggapan berbeda.
2. Kekuatan data afiansi perilaku mempunyai hubungan yang bervariasi dengan kekuatan deteminan. Rangsang yang lemah mungkin menimbulkan reaksi hebat atau sebaliknya.
3. Motivasi mengarahkan perilaku pada tujuan tertentu.
4. Penguatan positif menyebabkan suatu perilaku tertentu cenderung diulang kembali.
5. Kekuatan perilaku akan melemah bila akibat dari perbuatan itu bersifat tidak enak.

#### **2.2.5 Teori Motivasi**

Setiap teori motivasi memiliki isi dalam pandangan tertentu mengenai manusia yang berbeda satu sama lain. Terdapat beberapa teori yang mengemukakan tentang motivasi, Sutrisno (2013:121) dalam bukunya kemudian

membaginya dalam dua aspek yakni teori kepuasan dan motivasi proses yang dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Teori Kepuasan

Teori ini mendasarkan pendekatannya atas faktor-faktor kebutuhan dan kepuasan individu yang menyebabkannya bertindak dan berperilaku dengan cara tertentu. Beberapa teori kepuasan antara lain sebagai berikut:

##### a. Teori Motivasi Konvensional

Dipelopori oleh F. W. Taylor yang memfokuskan pada anggapan bahwa keinginan untuk pemenuhan kebutuhannya merupakan penyebab orang mau bekerja keras. Seseorang akan mau berbuat atau tidak berbuat didorong oleh ada atau tidak adanya imbalan yang akan diperoleh yang bersangkutan.

##### b. Teori Hierarki

Teori ini dipelopori oleh Maslow yang berpendapat bahwa kebutuhan manusia sebagai pendorong (motivator) yang membentuk suatu hierarki atau jenjang peringkat. Maslow mengemukakan bahwa kebutuhan manusia dapat diklasifikasikan ke dalam lima hierarki kebutuhan sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan yang bersifat fisiologis (*Physiological Needs*), merupakan kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik, yaitu kebutuhan makanan, minuman, tempat berteduh, seks, tidur dan oksigen.
- 2) Kebutuhan akan rasa aman (*Safety Needs*), merupakan kebutuhan yang meliputi kebutuhan perlindungan, keamanan hukum, kebebasan dari rasa takut dan kecemasan.



- 3) Kebutuhan cinta dan memiliki-dimiliki (*Belongingness and Love Needs*), merupakan kebutuhan hubungan sosial karena setiap orang sangat peka dengan kesendirian, pengasingan, ditolak lingkungan dan kehilangan sahabat atau kehilangan cinta.
- 4) Kebutuhan harga diri (*Self Esteem Needs*), merupakan kebutuhan harga diri yang menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, diri berharga, diri mampu dan perasaan berguna dan penting didunia.
- 5) Kebutuhan aktualisasi diri (*Self-Actualization Needs*), merupakan keinginan untuk memperoleh kepuasan dengan dirinya sendiri, untuk menjadi apa saja yang dia dapat lakukan dan untuk menjadi kreatif dan bebas mencapai puncak prestasi potensinya.

c. Teori Motivasi Prestasi

Teori ini dipelopori oleh David McClelland yang motivasi didasari oleh tiga kebutuhan, yakni:

- 1) *Need for achievement*, adalah kebutuhan untuk mencapai sukses, yang diukur berdasarkan standar kesempurnaan dalam diri seseorang.
- 2) *Need for affiliation* adalah kebutuhan akan kehangatan dan sokongan dalam hubungannya dengan orang lain.
- 3) *Need for power* adalah kebutuhan untuk menguasai dan memengaruhi terhadap orang lain.

d. Teori Model dan Faktor

Teori dua faktor yang mempengaruhi kondisi pekerjaan seseorang, yaitu:

- 1) Faktor pemeliharaan (*maintenance factor*) berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan untuk memelihara keberadaan karyawan sebagai manusia, pemeliharaan ketentraman, dan kesehatan.
- 2) Faktor motivasi (*motivation factor*) merupakan pendorong seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri (intrinsik) antara lain kepuasan kerja, prestasi yang diraih, peluang untuk maju, pengakuan orang lain, kemungkinan pengembangan karier, dan tanggung jawab.

e. Teori ERG

Teori ini dipelopori oleh Clayton P. Alderfer dengan nama teori ERG (*Existence, Relatedness, Growth*). Terdapat tiga macam kebutuhan dalam teori ini, yaitu:

- 1) *Existence* (Keberadaan) merupakan kebutuhan untuk terpenuhi atau terpeliharanya keberadaan seseorang di tengah masyarakat atau perusahaan yang meliputi kebutuhan psikologi dan rasa aman.
- 2) *Relatedness* (Kekerabatan) merupakan keterkaitan antara seseorang dengan lingkungan sosial sekitarnya.
- 3) *Growth* (Pertumbuhan) merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan pengembangan potensi diri seseorang, seperti pertumbuhan kreativitas dan pribadi.

2. Motivasi Proses

Teori-teori motivasi proses memusatkan perhatiannya pada bagaimana motivasi terjadi dan terdapat tiga teori motivasi proses yang dikenal, yaitu:

a. Teori Harapan (*Expectary Theory*)

Teori harapan didasarkan atas harapan, nilai dan pertautan. Lebih jelasnya teori ini mengandung tiga hal, yaitu daya tarik, hubungan antara prestasi kerja dengan imbalan, serta hubungan antara usaha dengan prestasi kerja.

b. Teori Keadilan (*Equity Theory*)

Teori ini menekankan bahwa ego manusia selalu mendambakan keadilan dalam pemberian hadiah maupun hukuman terhadap setiap perilaku yang relatif sama.

c. Teori Pengukuhan (*Reinforcement Theory*)

Teori pengukuhan didasarkan atas hubungan sebab akibat perilaku dengan pemberian kompensasi. Sifat ketergantungan tersebut bertautan dengan hubungan antara perilaku dan kejadian yang mengikuti perilaku itu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendapat Muhibbin Syah mengenai motivasi yang terbagi ke dalam 2 jenis yakni motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Hal ini untuk membantu peneliti dalam melihat jenis motivasi para suporter remaja yang memutuskan bergabung dalam kelompok komunitas Aremania di wilayah Arjosari Malang.

## 2.3 Kelompok

Sebagai makhluk sosial, cara untuk mengekspresikan diri tidak terlepas dari kelompoknya, terutama yang menjadi acuannya (*reference group*). Jika seseorang mempunyai keinginan untuk dapat digolongkan sebagai bagian dari kelompok suatu status sosial, maka ia akan berusaha mematuhi "aturan main" (*norms*) yang berlaku di dalam kelompok tersebut. Maka ia akan berusaha agar citra dirinya sesuai dengan status sosial yang di sandang atau yang di idam-idamkan. Ia akan

berupaya agar memperoleh penerimaan sosial. Kelompok Informal merupakan suatu kelompok yang tumbuh dari proses interaksi, daya tarik, dan kebutuhan-kebutuhan seseorang. Keanggotaan kelompok biasanya tidak teratur dan keanggotaan ditentukan oleh daya tarik bersama dari individu dan kelompok. Robert F. Bales mendefinisikan kelompok sebagai: "sejumlah orang yang terikat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tanpa muka (face to face meeting) dimana setiap orang mendapat kesan atau penglihatan antara satu sama lainnya yang cukup kentara, memberikan anggapan kepada masing-masing sebagai perseorangan." (Effendy, 1993: 72).

## 2.4 Suporter

Suatu pertandingan tidak akan seru tanpa kehadiran *suporter* (*The game isn't the without its supporter*). Begitulah ungkapan yang sering kita dengar apabila berbicara tentang suporter sepak bola. *Suporter* merupakan bagian yang tak terpisahkan dari sepak bola. Bagi pemain sepak bola *suporter* merupakan pemberi semangat dan saksi hidup atas pencapaian mereka di lapangan. Bagi klub sepak bola, *suporter* adalah satu sumber keuangan utama selain sponsor dan televisi. *Suporter* banyak memberi andil dalam pemasukan keuangan utama selain sponsor dan televisi.

Penonton sepak bola (*suporter*) bisa di kategorikan dengan sebutan *croud* (kerumunan), mereka bisa berkumpul pada suatu waktu-waktu yang tertentu. Kerumunan itu tidak berorganisasi tapi dapat mempunyai pemimpin, tetapi kerumunan tidak mempunyai sistem pembagian kerja, sebagai suatu kerumunan interaksi yang ada dalam suatu kelompok suporter tersebut bersifat spontan dan tidak terduga (Soekanto, 2007: 157-162). Hampir semua klub peserta liga Indonesia memiliki kelompok *suporter* sendiri. Bahkan ada beberapa klub yang

memiliki lebih dari satu kelompok *suporter*, misalnya Arema (Malang) yang memiliki kelompok *suporter* Aremania dan Aremanita atau Persija (Jakarta) yang memiliki The Jak dan The Jak Angel.

Olahraga sepak bola tidak hanya dinikmati oleh kalangan tertentu atau hanya pada usia tertentu, melainkan semua masyarakat dari kalangan usia baik itu muda, remaja maupun tua, semua dapat dinikmati serunya pertandingan olahraga sepak bola ini. Seperti Di kota Malang mempunyai suatu klub sepakbola yang bernama Arema, yang mempunyai jumlah *suporter* yang begitu banyak, *suporter* Arema yang kerap disebut dengan Aremania ini juga terkenal di Indonesia. peneliti lebih menfokuskan pada kalangan remaja Aremania yang menjadi subjeknya.

## **2.5 Aremania**

Di Kota Malang mempunyai pendukung tim yang bernama “ Aremania “ (suporter). Arema adalah singkatan dari Arek Malang, asal mulanya adalah sebutan pada orang yang lahir atau berdomisili di Kota Malang. Sebutan itu berlaku juga apabila mereka tidak lagi tinggal atau masih menetap di Kota Malang. Klub sepak bola Arema menjadi suatu kebanggaan warga Kota Malang karena itu adalah bagian dari identitas mereka warga Kota Malang. Warga kota Malang (Aremania) setia dan selalu mendukung apabila Arema sedang berlaga.

Dari kata Aremania semua indonesia tidak akan asing lagi apabila dengar kata-kata tersebut. Karena Aremania terkenal karena memiliki fanatismen yang sangat tinggi. lambat taun Aremania juga berhasil menarik simpati masyarakat Indonesia karena Aremania menjadi suporter yang santun, terbukti bahwa dengan prestasi Arema mampu dua kali mendapatkan penghargaan yaitu :

1. The best Supporter yang di berikan oleh ketua umum PSSI yang di jabat oleh Agum Gumelar pada saat itu.
2. Diberikan PSSI dan Liga Indonesia (BLI) untuk Aremania sebagai komunitas suporter terbaik di Indonesia, yang saat itu mereka bertandang bermain di Stadion Delta Sidoarjo.

Aremania mampu mempertahankan predikatnya sebagai suporter terbaik di Liga Copa pada tahun 2016 dan berkat prestasinya, Aremania membawa hadiah uang senilai Rp 75 juta yang akan dibuat sebuah monumen Aremania yang akan dibangun di depan Stadion Gajayana yang bertujuan untuk mengenang prestasi yang telah didapatkan Aremania pada waktu itu (Djuraid, 2007:89)

Aremania mempunyai slogan yang di namakan dengan “Salam Satu Jiwa Arema“, yang berarti melambangkan semua yang berada diatas. Kekompakan, solidaritas kepada sebuah icon kebanggaan warga Kota Malang mempunyai rasa bangga mempunyai identitas. “Salam Satu Jiwa” adalah mempunyai ikatan rasa yang akan abadi di Kota Malang ini.